

Plan de responsabilidad social empresarial asociación de productores de panela del macizo
colombiano ASOPROMACOL

Presentado por:
Omar Luis López Ortiz
Leonardo Baena
Nury Quinayas
Carolina Valderrama Beltrán
Enoc Ballena Solano

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD.

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios –ECACEN

Programa de Administración de empresas

Diplomado De Profundización En Gerencia Estratégica Y Responsabilidad Social Empresarial

Diciembre de 2018

Plan de responsabilidad social empresarial asociación de productores de panela del macizo
colombiano ASOPROMACOL

Grupo: 101008_18

Presentado por:
Omar Luis López Ortiz cód. 18103113
Leonardo Baena cód. 73203439
Nury Quinayas cód. 36295831
Carolina Valderrama Beltrán cód. 26451254
Enoc Ballena Solano cód. 18928124

Tutor
Faiber Alexis Benavides

Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD.

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios –ECACEN

Programa de Administración de empresas

Diplomado De Profundización En Gerencia Estratégica Y Responsabilidad Social Empresarial

Diciembre de 2018

Tabla de contenido

Lista de tablas	4
Lista de figuras	5
Resumen	6
Abstract.....	8
Palabras clave	9
Introducción.....	12
1. Objetivos (del diplomado)	14
Objetivo General.....	14
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la asociación de productores de panela del macizo colombiano Asopromacol.....	15
2.1. Direccionamiento estratégico	15
3. Código de Conducta	18
4. Stakeholders.....	31
5. Plan de responsabilidad social de ASOPROMACOL.....	40
6. Conclusiones.....	48
7. Referencias Bibliográficas.....	49

Lista de tablas

Tabla 1	16
Tabla 2	30
Tabla 3	30
Tabla 4	40
Tabla 5	45

Lista de figuras

Ilustración 1 Mapa genérico de Stakeholders.....	34
Ilustración 2 Mapa genérico de Stakeholders.....	34
Ilustración 3 Mapa genérico de Stakeholders.....	35
Ilustración 4 Mapa genérico de Stakeholders.....	35
Ilustración 5 Mapa genérico de Stakeholders.....	36
Ilustración 6 Mapa genérico de Stakeholders seleccionado	37
Ilustración 7 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto)	39

Resumen

El presente trabajo se enmarca dentro del Diplomado De Profundización En Gerencia Estratégica Y Responsabilidad Social Empresarial y como su nombre lo indica pretende consolidar un plan de responsabilidad social para la empresa escogida por el grupo.

En la primera fase se escogió a la Asociación de paneleros del sur del Huila ASOPROMACOL la cual se enfoca en el trabajo por el mejoramiento de las condiciones de los paneleros del sur del Huila en su entorno regional. A esta empresa se le hizo la evaluación de impacto en sus dimensión económica, social y ambiental en su contexto interno y externo; con relación a cuál de las dimensiones debiera dársele mayor, media o baja prioridad se determinó que la dimensión económica merecía la alta, mientras que la social y ambiental su prioridad fue media.

Para la fase dos se redactó el código de conducta donde primeramente se identifica el modelo gerencial el cual fue el de innovación ya que este permitiría que Asopromacol generara capacidad de nuevas ideas o líneas de negocios cuando quiere desempeño y crecimiento; Por otro lado se escogió la Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.

El Código de Conducta se constituye en una guía y en una estrategia de pautas de conducta deseables en los servidores públicos y de entidades privadas, con las cuales se pretende prevenir no solo la conducta deshonestas, sino las circunstancias que puedan generarla o condicionarla; y al mismo tiempo frenar los actos impropios que provocan conflictos y dañan el clima organizacional de las instituciones. Para concretar el código de conducta finalmente para Asopromacol se evidencio por parte de la gerencia y la junta directiva de la Asociación de Paneleros del sur del Huila el deseo de construirlo, debido a los diferentes episodios de corrupción y falta de responsabilidad social de algunos funcionarios y empresas del sector

público y privado de la Republica de Colombia; por lo cual han determinado iniciar un proceso de medidas que fortalezcan los niveles de responsabilidad en el trabajo, con la organización y con la sociedad en general. Para la tercera fase se emiten por parte de los participantes del Diplomado conceptos personales sobre marketing social y corporativo que permitieron aclarar sobre lo relacionado al RSE.

Para la fase cuatro se determinaron los Stakeholders para ASOPROMACOL las cuales son todas aquellas personas, grupos y entidades que tienen intereses de cualquier tipo en una empresa y se ven afectados por sus actividades. Son interesados, directos o indirectos, internos y externos con que la empresa funciona ya que en caso contrario les afectaría directamente al uno y al otro. Dentro del nivel interno se encuentran Asociados y operarios directivos; mientras que el nivel externo está conformado por los clientes, comunidad, instituciones públicas y privadas, competencia, entidades financieras y agricultores. De igual manera en esta fase se construyó la Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre Asopromacol y los Stakeholders (actores) identificados anteriormente.

En la fase cinco se elaboró el plan de responsabilidad social empresarial para ASOPROMACOL donde se evidencio con claridad la dimensión económica, social y ambiental con sus Stakeholders el objetivo con cada uno de ellos, las estrategias para lograrlo, el plazo, los recursos requeridos, los indicadores y el respectivo seguimiento.

Palabras clave

Responsabilidad social, plan, Asopromacol, Stakeholders, organización, sostenible, dimensión, económica, social, ambiental, código, conducta, productores, panela.

Abstract

The present work is part of the Diploma Course in Strategic Management and Corporate Social Responsibility and as its name suggests it aims to consolidate a social responsibility plan for the company chosen by the group.

In the first phase the Association of paneleros from the south of Huila ASOPROMACOL was chosen, which focuses on the work for the improvement of the conditions of paneleros from the south of Huila in their regional environment. This company was evaluated for its impact on its economic, social and environmental dimensions in its internal and external context; Regarding which of the dimensions should be given higher, medium or low priority, it was determined that the economic dimension deserved the high, while the social and environmental priority was medium.

For phase two, the code of conduct was drafted, where the managerial model was first identified, which was the innovation model, since this would allow Asopromacol to generate capacity for new ideas or lines of business when it wants performance and growth; On the other hand, the Guide and applied global initiative for the construction of the code of conduct was chosen.

The Code of Conduct is constituted as a guide and a strategy of desirable conduct guidelines in public servants and private entities, with which it is intended to prevent not only dishonest conduct, but the circumstances that may generate or condition it; and at the same time curbing improper acts that provoke conflicts and damage the organizational climate of the institutions. In order to finalize the code of conduct for Asopromacol, it was evidenced by the management and the board of directors of the Paneleros Association of the south of Huila the desire to build it, due to the different episodes of corruption and lack of social responsibility of some officials and

companies of the public and private sector of the Republic of Colombia; Therefore, they have decided to initiate a process of measures that strengthen the levels of responsibility at work, with the organization and with society in general. For the third phase, the participants of the Diploma course issued personal concepts about social and corporate marketing that allowed clarifying about what is related to CSR.

For phase four the Stakeholders for ASOPROMACOL were determined, which are all those people, groups and entities that have interests of any kind in a company and are affected by their activities. They are interested, direct or indirect, internal and external with which the company works since otherwise they would directly affect the one and the other. Within the internal level are Associates and managers; while the external level is made up of clients, community, public and private institutions, competition, financial entities and farmers. Likewise, in this phase the Matrix of relations (influence vs. Impact) was built between Asopromacol and the Stakeholders (actors) identified above.

In phase five, the corporate social responsibility plan for ASOPROMACOL was developed, where the economic, social and environmental dimension with its Stakeholders was clearly shown, the objective with each one of them, the strategies to achieve it, the term, the resources required, the indicators and the respective follow-up.

Key Words

Social responsibility, plan, Asopromacol, Stakeholders, organization, sustainable, dimension, economic, Social, environmental, code, conduct, producers, panela.

Introducción

Vivimos en una sociedad agobiada por las acciones incorrectas de los seres humanos, desde las casas se evidencian costumbres que a la larga se pondrá de manifiesto en los diferentes contextos donde se moverá el individuo. En Colombia en los últimos años se ha develado lo que durante tanto tiempo ha sido la constante de los diferentes servidores públicos. La pregunta del millón es ¿Qué hacer con tan andanada de corrupción? trampa, hurto, chanchullos, micos y otra cantidad de nombres que se le ha dado a las diferentes conductas desvergonzadas no solo de los funcionarios públicos, sino también de directivos y empleados del sector privado. Sin lugar a dudas las conductas desleales de los empleados con las organizaciones, con sus compañeros, con los clientes de la empresa, con la comunidad; las empresas que producen sin importar el daño que pueda ocasionar a sus clientes, al medio ambiente, a la comunidad que lo rodea no es un asunto solo de hacer manuales extenuantes llenos de letras y reglas para tratar de atrancar desfases humanos que llevan en sus genes, puesto que las conductas humanas reprochables están cimentadas en valores, ética y moral que han sido desconocidas desde sus primeros pasos como seres humanos.

La solución a esta pregunta está resuelta en cada una de las personas que labora en una determinada organización o simplemente consume un producto o tal vez es vecino de una organización; cuando hacemos acuerdos, tomamos decisiones a respetar y realizar en cuanto a medio ambiente, derechos humanos, sociedad, responsabilidad del producto, factores económicos, condiciones laborales y anticorrupción; concretar manuales quizá no extenuantes, pero sí un documento que contenga maneras y formas de comportamiento del personal de una empresa del trato no solo con sus compañeros de trabajo, sino también con los niveles externos de la empresa obviamente con decisión y compromiso de cada individuo a respaldar definitivamente sí vale la pena.

El presente trabajo muestra todas las fases que se desarrollaron para concretar el plan de responsabilidad social para la Asociación de Paneleros de sur del Huila, ASOPROMACOL y el cual pretende en la organización reglas claras y precisas en cuanto a las buenas prácticas en cuanto las dimensión económica, social y ambiental de la organización.

1. Objetivos

Objetivo General

Elaborar el plan de responsabilidad social para la Asociación de paneleros del sur del Huila ASOPROMACOL de acuerdo a las necesidades evidenciadas en la investigación para mejorar las condiciones laborales de los empleados y retribuir al entorno donde se desarrolla la actividad.

Objetivos Específicos

- Proponer y seleccionar una de las empresas presentadas por los estudiantes del diplomado.
- Sistematizar el código de conducta para Asopromacol.
- Aclarar conceptos sobre RSE vs marketing social y corporativo.
- Elaborar el mapa genérico de los Stakeholders para Asopromacol.
- Construir el plan de responsabilidad social.
- Construir el plan de comunicaciones.
- Socializar el plan de responsabilidad social construido en las fases del diplomado.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial para la asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL.

El plan de responsabilidad social empresarial ha tomado gran importancia en los últimos tiempos ya que es un tema donde se incluyen aspectos trascendentales para la empresa como los son el talento humano que se cumplan con los requisitos de ley en la contratación, el cuidado del medio ambiente y la retribución a la sociedad que se ve implicada por las labores empresariales, por tal motivo escogimos a la asociación de productores de panela del macizo colombiano para realizar una propuesta de responsabilidad social empresarial de acuerdo a las necesidades identificadas tanto dentro como fuera de la empresa.

2.1. Direccionamiento estratégico

Asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL

Nit. 813006339-8

Entidad Sin Ánimo De Lucro Persona Jurídica Principal

Vereda Obando San Agustín Huila Colombia

Celular: 3202735258 - 3133973349 - 3144718969

Misión: somos una organización de productores de panela que trabaja por el mejoramiento de las condiciones de los paneleros del sur del Huila u su entorno regional, comprometidos con el desarrollo social e integral mediante un trajo cooperativo y con el apoyo tecnológico.

Visión; para el año 2022, seremos una organización Panelera solidaria ampliamente reconocida por estamentos públicos, con estabilidad financiera y social para desarrollar la representación gremial y comercial: de los paneleros del sur del Huila y modelo sólido para los productores de Colombia

Valores Corporativos;

Solidaridad

Honestidad

Respeto

Efectividad

Confianza

Transparencia

Formato de evaluación del desempeño de la empresa seleccionada.

En la tabla 1 encontraremos la evaluación del desempeño de la asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL, donde se detallara los problemas en el aspecto económico, social y ambiental de manera interna y externa a la empresa el impacto del mismo y categorizando en alta, media y baja la prioridad del impacto.

Tabla 1

Evaluación del desempeño de la asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL.

<i>Formato de evaluación Impacto ASOPROMACOL Asociación de Productores de Panela del Macizo Colombiano</i>		
Problema	Impacto	Prioridad (alta, media, baja)
Económico	Interno Internamente la producción de panela es de muy buena en cuanto a cantidad y calidad generando estabilidad para el sector agricultor se puede cumplir con la demanda en cuanto a cantidad.	Media por la cantidad de panela que ingresa de otros departamentos, se trabaja en la búsqueda de nuevos mercados
	Externo Externo el mercado no es estable ya que la constante variedad en los precios hace que este producto genere perdidas económicas para el pequeño productor	
Social	Interno Internamente no se cuenta con una afiliación legal a riesgos profesionales ni seguridad social lo cual es un tema de gran importancia y bienestar para los trabajadores de la asociación.	Alta ya que es un tema de vital importancia tanto para los empleados como para la empresa en cuanto accidentes laborales.
	Externo Externamente se tiene el respaldo de agremiaciones y asociaciones de paneleros los cuales respaldan estas condiciones y se unen para fortalecer el gremio panelero con el fin común de estabilizar el valor de este producto.	
Ambiental	Interno No se permite la utilización de químicos en la producción ya que es 10% natural, No talas de bosques por lo que se reutiliza el bagazo o basura de la caña para poder hacer el cocimiento de la miel, disminución de	Baja Contaminación auditiva, Contaminación de aire

	utilización de quema de llantas.	Contaminación del agua
Externo	Externamente se cuenta con el apoyo de fedepanela y banco agrario para la financiación y fabricación de hornillas ecológicas las cuales reduzcan la contaminación ambiental	

Fuente: Elaboración propia

2.2. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial.

Para el logro del desarrollo sostenible y equilibrio económico de ASOPROMACOL, es necesario la implementación de un plan RSE entorno SOCIAL interno que implica el desarrollo de la persona dentro de la empresa. Los colaboradores son necesarios para el éxito de cualquier empresa y en la medida que estén más capacitados, más motivados, mejor tecnificados y con buenas condiciones laborales, la competitividad de la empresa será mayor logrando así maximizar la productividad de la empresa. La empresa tiene un impacto negativo en el momento por no contar con las condiciones adecuadas para el trabajador, es de alta prioridad de atención este entorno.

Se justifica la necesidad de elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para la asociación, el cual esta direccionado en el personal interno, logrando garantizar al empleado su bienestar social, laborar dentro y fuera de la empresa y dando cumplimiento “hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley”

En cuanto al entorno Social argumentando

1. Se implementara la afiliación a ARL y seguridad en salud las cuales no se cuentan en el momento para el personal que labora en esta asociación.
2. se debe permanente capacitación para ejercerlos los cargos y procesos que cada funcionario debe realizar.

Generando un impacto de responsabilidad laboral y garantías al trabajador en cuanto a incapacidades y bienestar social, facilitar las labores a realizar con las capacitaciones.

3. Código de Conducta

Información previa a la redacción del código de ética y/o de conducta de la Asociación de productores de panela del macizo colombiano **ASOPROMACOL**.

Con relación a la decisión de la alta gerencia.

La gerencia y la junta directiva de la Asociación de productores de panela del macizo colombiano **ASOPROMACOL**, ven con preocupación los diferentes episodios de corrupción y falta de responsabilidad social de algunos funcionarios y empresas del sector público y privado de la Republica de Colombia; por lo cual han determinado iniciar un proceso de medidas que fortalezcan los niveles de responsabilidad en el trabajo, con la organización y con la sociedad en general. En este sentido se colocaran todos los esfuerzos del nivel más alto de la administración de **ASOPROMACOL** para lograr implementar un código de ética que establezca todos esos valores, principios, directrices y criterios de conducta empresarial que propendan por el buen desempeño profesional dentro de la organización y que impacten positiva y moralmente hacia la parte externa de la empresa.

Es necesario entonces que **ASOPROMACOL** determine en el menor tiempo posible en medio de esta decadencia ética moral en que se han visto envueltas sin números de instituciones y profesionales de diferentes ramas del saber, establecer con suprema claridad unas normas que definan los estándares de comportamiento de la asociación panelera en mención.

A quien aplica.

El presente código de conducta está dirigido específicamente a todos los empleados directos de la Asociación en los diferentes niveles o áreas de la empresa y sus afiliados. Sin embargo, en el sentido de las relaciones comerciales o de cualquier otro tipo con los subcontratistas de **ASOPROMACOL**, proveedores, clientes y estado se especificara los criterios de esas buenas relaciones bajo los principios y normas de la ética y moral.

Conformación del equipo.

El grupo encargado de evaluar y formular el código de conducta para su posterior aprobación estará a cargo del comité de ética de ASOPROMACOL y tres representantes de los afiliados de la asociación.

Instancias de sensibilización y participación.

Quien se encargara de la sensibilización con los empleados de la asociación en los diferentes departamentos y los afiliados, será la Junta directiva acompañado por un representante de todos los afectados externos por la decisión de elaborar el código de ética de ASOPROMACOL.

La manera o forma de sensibilizar será a través de talleres independientes tanto con empleados directos y afiliados. En estos espacios de participación se expondrán, revisaran los diferentes documentos de la empresa y los afiliados como visión, misión, valores etc.; Que ayuden primeramente a observar las realidades y luego a determinar con precisión lo que queremos y hasta donde tendremos que comprometernos en el cumplimiento de dicho código.

Recopilación de insumos y redacción provisoria.

La idea es que las diferentes rondas donde se desarrollaran los diferentes talleres con los empleados y afiliados, dos de esto talleres se harán de manera conjunta para afinar los diferentes conceptos y donde se pueda conjugar factores y elementos que concuerden para el bienestar común de todos los implicados. El resultado de esto será la elaboración de un borrador preliminar del código; cada uno de los participantes de estos talleres será provisto de los materiales e insumos necesarios para poder participar con pertinencia y poder además ser objetivo a la hora de evaluar o emitir cualquier concepto.

Consultas multisectoriales y a peritos.

Con el propósito de garantizar un documento final bien redactado y ajustado a las leyes colombianas y a los principios básicos que se definieron en los momentos de sensibilización y participación, se hará una última consulta donde se encuentren todos los actores y se haga una

socialización de la primera versión del documento provisorio del código de conducta elaborado por el equipo responsable de redactar el documento final.

3.1. Modelo gerencial seleccionado con una breve descripción

Modelo para la innovación.

La innovación en palabras sencillas es la capacidad de una empresa o persona de generar nuevas ideas o líneas de negocios cuando quiere desempeño y crecimiento.

La aplicación del modelo para innovar en la Asociación De productores de panela del macizo colombiano **ASOPROMACOL** es el reto que se deberá asumir para poder lograr por largo rato la permanencia en el mercado de todos sus asociados.

ASOPROMACOL debe hacer un desarrollo integrado de sus productos y a la vez debe buscar nuevos productos con la materia prima de la caña de azúcar que permita crecer y lograr un desempeño óptimo en el mercado de la panela, en cada una de sus empresas afiliadas. Sin embargo se sugiere que a la par de lo anterior, se debería optar por la posibilidad de crear una organización nueva fresca que sea capaz de evaluar y desarrollar nuevas líneas de negocios que garantice la innovación en la comercialización de este producto. La empresa nueva sería patrocinada por todas y cada una de los afiliados en cabeza de **ASOPROMACOL**.

3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.

El Código de Conducta se constituye en una guía y en una estrategia de pautas de conducta deseables en los servidores públicos y de entidades privadas, con las cuales se pretende prevenir no solo la conducta deshonestas, sino las circunstancias que puedan generarla o condicionarla; y al mismo tiempo frenar los actos impropios que provocan conflictos y dañan el clima organizacional de las instituciones.

De acuerdo a lo establecido en la Guía Práctica para la Construcción de los Códigos de Conducta, se deben considerar siete pasos a seguir los cuales se desarrollan a continuación:

Constituir el Comité de Ética: El Comité de Ética es el grupo representativo conformado por servidores públicos de todas las áreas de la institución que conducirá el proceso de elaboración, difusión, implementación y evaluación del Código de Conducta, deberá formarse como un órgano colegiado de personas que estén identificadas con la institución

Revisar la misión y visión de la dependencia o entidad: Los integrantes del Comité de Ética identificarán los valores expresados en la misión y visión de su institución a fin de promover conductas que correspondan a la cultura que distinga a su organización

Analizar las conductas riesgosas: Se considera conducta riesgosa cuando existe la posibilidad de perjudicar a una persona, a la administración pública o a la sociedad en sus derechos fundamentales, la cual, en ninguna circunstancia debe ser tolerada.

Identificar los valores y determinar las conductas: definir los comportamientos esperados de los servidores públicos de su dependencia o entidad. Debe tomar una posición ética ante las situaciones encontradas.

Redactar el Código de Conducta: utilizar un lenguaje simple, conciso y entendible; integrar un documento práctico y disponible para todos aquellos a quienes está dirigido; pero sobre todo respaldado en el marco de la ley

Difundir e implementar el Código de Conducta: Una vez elaborado se debe dar a conocer a todos los servidores públicos que integran la dependencia o entidad e incluso a aquellas persona relacionada con su ser y quehacer.

Revisar y actualizar el Código de Conducta: Un Código de Conducta no es un fin en sí mismo, es un instrumento en constante revisión y actualización, se recomienda llevar a cabo esta actividad por lo menos una vez al año.

En el mundo existen diversas organizaciones que han propuesto temas fundamentales de la Responsabilidad Social a tener en cuenta para la realización de un Informe de Responsabilidad Social. Dentro de las iniciativas internacionales se pueden mencionar:

Según el GRI (Global Reporting Initiative): Propone desarrollar un informe de sostenibilidad que incluya los siguientes indicadores de desempeño:

- Medio Ambiente
- Derechos Humanos
- Sociedad
- Responsabilidad del Producto
- Factores Económicos

Según el Pacto Global: Es una iniciativa de las Naciones Unidas (1999), donde se busca implementar compromisos de las empresas en 10 principios éticos que acogen tanto a los países como a las empresas alrededor del mundo. Dichos principios se encuentran distribuidos en 4 ejes fundamentales:

Derechos Humanos: Apoyar y respetar a la protección de los DDHH, no ser cómplices de abusos de los derechos.

Condiciones Laborales: Apoyar los principios de la libertad de asociación sindical y el Derecho a la Negociación Colectiva, eliminar el trabajo forzoso y obligatorio, abolir cualquier forma de trabajo infantil, eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales, promover mayor responsabilidad medioambiental, alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.

Anticorrupción: Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Diversas empresas en Colombia se basan en los 10 principios del Pacto Global para desarrollar a partir de cada enunciado las actividades que han realizado y las que se comprometen a realizar.

Teniendo en cuenta esta información es de gran importancia para la asociación de Productores de Panela del Macizo Colombiano ASOPROMACOL, seguir estas pautas para la elaboración del código de ética pues para la empresa el respeto es uno de los valores corporativos y lo más importante es la dignidad humana un trabajo digno donde se respeten los derechos humanos y no se permita ningún tipo de abuso, proteger a los niños y no permitir de ninguna manera el trabajo infantil, ni la discriminación de ninguna clase, ofreciendo a los trabajadores condiciones óptimas para el desempeño de sus labores; en cuanto al medio ambiente la empresa está trabajando en optimizar al máximo los recursos y en la consecución de nuevas tecnologías más amigables con el medio ambiente para evitar o menguar los factores que generan contaminación a causa de los procesos que realiza la asociación; otros valores corporativos de gran importancia en la elaboración del código de ética son la transparencia y la honestidad los cuales nos garantizan que la asociación cuenta con herramientas claras que evitan cualquier tipo de corrupción teniendo en cuenta que este es el último de los cuatro ejes fundamentales según el pacto global, que nos da insumos necesarios para iniciar con la elaboración de nuestro código de ética.

3.3. Código de conducta de la empresa seleccionada

Introducción

La Asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL, es una organización que fue creada con el ánimo de velar por el progreso y desarrollo de los microempresarios productores de la panela de la caña de azúcar del sur del Huila. Es un imperativo el compromiso con el éxito de las diferentes operaciones comerciales dentro de los parámetros del beneficio recíproco, justo y equitativo de todos sus afiliados, sin dejar por fuera la responsabilidad con la región y el país en general.

ASOPROMACOL está comprometida con todos los métodos y sistemas que garanticen la funcionalidad empresarial dentro del marco de la transparencia y la ética en sus labores, operaciones, transacciones dentro y fuera de la empresa.

Por lo anterior la Asociación pretende hacer un esfuerzo más para logra garantizar que sus valores empresariales demarcados para el funcionamiento éticos moral no solo dentro de la empresa, sino también hacia fuera, vivencien el buen gobierno en el cual está comprometida.

Confidencialidad empresarial

Los secretos comerciales, de negocios, psicología del consumidor de la panela, Procesamiento y fabricación de la panela, formulas, moldes de vaciado, documentos de registros de proveedores de materia prima, manejo de empleados, u otra información que no esté disponible para el público se le dará un tratamiento de confidencialidad empresarial.

La confidencialidad de ASOPROMACOL se administra bajo la estructura de que respetamos, valoramos, protegemos y defendemos nuestra propia información confidencial y no nos inmiscuimos en la información confidente de otras empresas, personas afines a nuestro negocio.

El trabajador de ASOPROMACOL mantendrá el secreto profesional con relación a toda aquella información laboral que administra y lo seguirá haciendo a un después de haber culminado su vinculación laboral o de afiliado de ASOPROMACOL. Es necesario que el grupo de trabajadores y afiliados de ASOPROMACOL decidan no solo cuidar lo confidente de la organización, sino también la de los terceros, con el propósito de mantener buenas y saludables relaciones comerciales en un ambiente hostil y de competencia desleal en la que se vive actualmente.

Conflicto de interés

Un conflicto de interés es cuando un empleado en una situación personal, laboral o con el trato de personas u otras empresas, deba sopesar el interés particular con el del interés de ASOPROMACOL. Cuando existe conflicto de intereses habrá dificultad a la hora de determinar con libertad e independencia las decisiones a tomar ya que coexiste una duda con relación hasta qué punto puedo a llegar a beneficiarme personalmente de una acción determinada convirtiéndose en desleal ante la empresa para la que laboro.

Cuando existan conflictos de intereses en los empleados de ASOPROMACOL y sus afiliados deberán hacer las respectivas consultas en el orden jerárquico establecido por la organización.

- ✓ El usar los contactos comerciales que el mismo empleado de SOPROMACOL ha ayudado a gestionar como colaborador de la empresa, en beneficio personal se convierte abiertamente en un conflicto de intereses.

- ✓ O cuando en una actividad por fuera de mis horas laborales me beneficio personalmente a expensas del detrimento de ASOPROMACOL.
- ✓ Cualquier funcionario tomara decisiones en función de su labor dentro o fuera de la empresa, bajo los parámetros de la responsabilidad profesional sin buscar beneficios personales.

Con el propósito de evitar conflictos de intereses los empleados y afiliados de la Asociación de Paneleros del sur del Huila se abstendrán de desarrollar las actividades propias, establecidas en la razón social de ASOPROMACOL.

Cuando exista incertidumbre si determinada acción pudiera ser un conflicto de interese, debo proceder a hacer la respectiva consulta y conseguir el aval de la organización.

Cualquier acción o actividad que vaya en contra de los principios y valores de ASOPROMACOL debe ser evitada por sus empleados y afiliados.

Conducta interna

La conducta interna de ASOPROMACOL, comprende una formulación de valores que comprenden 3 compromisos fundamentales de actuar de forma responsable, ética y legal. Mantener este compromiso con nuestro equipo de trabajo es pilar fundamental para conseguir el respeto mutuo, la sinceridad, la honestidad y el espíritu de confianza y cooperación. Estamos comprometidos con debatir abiertamente teniendo en cuenta la diversidad de opiniones.

Es vital que prevalezca la buena conducta de cada uno de las personas que conforman ASOPROMACOL, en los principios de lealtad, profesionalismo, cumplimiento de la normatividad, honestidad, responsabilidad, confidencialidad, sensibilidad social, confianza, servicio y compromiso.

Favores comerciales

No se permitirá solicitar, aceptar u ofrecer directa o indirectamente gratificaciones, sobornos, dádivas, beneficios, bonos u otro similar de algún proveedor, con el fin de favorecer con negocios a los mismos.

La entrega y recepción de regalos estará permitida siempre y cuando no se vea afectada el interés de la empresa, ni su relación comercial con personas u organizaciones.

Contravenciones

Las faltas o conductas inapropiadas de cualquier miembro activo de ASOPROMACOL por realizar algún procedimiento en contra de una norma se tendrá la potestad disciplinaria para imponer las sanciones que considere oportunas para el caso concreto, cuya finalidad principal es la de corregir cuando se cometa alguna **falta**, ya sea leve, grave o muy grave.

En función de la gravedad de las faltas, éstas se pueden clasificar del siguiente modo:

1. **Faltas leves:** la impuntualidad o falta de asistencia injustificada, actitudes o palabras desconsideradas contra otras personas de ASOPROMACOL. Se trata de conductas contrarias a la convivencia en el día a día de la empresa, pudiendo causar un perjuicio leve en la empresa e, incluso, entre compañeros, afectando al clima laboral. Ante la comisión de una falta leve, la sanción suele consistir en una amonestación laboral y en suspensión del empleo y sueldo de hasta 2 días.
2. **Faltas graves.** Pueden conllevar suspensión del empleo y el sueldo de hasta 20 días. Un ejemplo de falta grave sería, por ejemplo, faltar 2 días enteros al trabajo en el plazo de 1 mes.
3. **Faltas muy graves.** Podrá inhabilitarse al empleado para el ascenso a un mejor puesto, así como la suspensión del empleo y el sueldo de hasta 6 meses, trasladarlo e, incluso, despedirle.

En función de la **gravedad de la sanción**, la prescripción varía:

- Faltas leves: 10 días.
- Faltas graves: 20 días.
- Faltas muy graves: 60 días.

Estos plazos empiezan a contar desde el momento que ASOPROMACOL tiene conocimiento de la comisión de la falta por parte del trabajador.

Negociaciones

Las negociaciones deben ser justas y transparentes respetando los derechos y las prácticas empresariales tanto con empleados y proveedores. “Ningún trabajador, empleado, ejecutivo o director, debe tomar una ventaja injusta a través de la manipulación, el encubrimiento, el uso de información privilegiada o cualquier otra práctica de negociación injusta, procurando siempre mantener relaciones orientadas a la creación de valor mutuo” (Grupo herdez 2016).

Al ser una empresa líder de la región tenemos una responsabilidad grande de servir de modelo e influencia a las demás empresas en nuestro comportamiento, las decisiones serán basadas en los valores corporativos.

De acuerdo a los estatutos toda negociación debe tener el visto bueno de la asamblea para garantizar la transparencia y equidad del proceso.

Uso de la información de la empresa

Todo el personal tiene la obligación de velar por el uso responsable de la información de la empresa de manera confidencial y segura para evitar que caiga en manos de personas equivocadas que puedan hacer uso indebido de esta y afectar la imagen de la empresa.

La información debe ser clara concisa acerca de los procesos y procedimientos de la empresa, pero debe tener un limitante en la manipulación de los datos que contengan para evitar alteraciones indebidas que favorezcan a uno o más participantes de la organización.

En caso de fuga de información se debe realizar la debida investigación y la sanción a las personas involucradas; prohibir el uso de información de proveedores y clientes para fines personales.

Comunicaciones estratégicas

Lo primero que se debe tener en cuenta es la comunicación entre los miembros de la asociación donde se tengan en cuenta todos los puntos de vista y las ideas que tengan para mejorar los productos que se elaboran y de esta manera estar en constante innovación y

mejorando continuamente teniendo en cuenta las necesidades y gustos de los clientes para fidelizarlos a nuestra empresa y atraer nuevos clientes con productos de buena calidad.

Mantener buena relación y contactos con las empresas de administración y regulación municipal y regional para estar actualizados en cuanto a normas, requisitos y actividades en las cuales podamos participar para darnos a conocer y crear nuevos socios comerciales que nos favorezcan para ampliar nuestro portafolio de productos y participar en nuevos mercados.

Cultura, social y religión

En ASOPROMACOL centramos nuestro actuar en la cultura encaminada a un ambiente laboral integro, incluyente, demostrando los valores y principios éticos de la empresa tanto en nuestro proceder diario como fuera de las instalaciones de la Empresa, permitiendo que cada miembro siembre los valores en su vida personal y ante la sociedad.

No solamente queremos tener una solución perfecta ante las dificultades, sino que a través de los mecanismos, herramientas y recursos de la empresa se generen resultados óptimos con un mínimo de errores, de tal manera que nos permita construir una cultura organizacional en la Empresa que apoye a cada uno de los miembros de la Asociación en la investigación de sus ideas y acompañamiento continuo para el fortalecimiento de sus capacidades.

Social

ASOPROMACOL permite la libre expresión y la mejora continua de las personas, en el marco de la legalidad, principios éticos, morales y valores corporativos de la Empresa.

Buscar la integración de los miembros de la Asociación, para mejorar la productividad de su empresa que nos permita mejorar el nivel y calidad de vida de cada uno de sus asociados.

Promover la organización comunitaria que nos permita dar solución a los problemas comunes mediante la participación, capacitación y liderazgo manteniendo una comunidad organizada con capacidad de producir, dirigir, decidir y gestionar.

Apoyar las festividades locales y eventos culturales, dedicando e invirtiendo tanto tiempo y dinero para el desarrollo de las mismas, sin afectar las actividades que permiten el cumplimiento y logro de los objetivos misionales de la Organización.

Religión

La empresa respeta la ideología política y religiosa de cada miembro de la organización. De acuerdo a los estatutos está prohibido realizar campañas de tipo político, racista o religioso dentro del grupo asociativo, ni utilizar las instalaciones de la Empresa para llevar a cabo estas prácticas que benefician los intereses propios de cada persona.

3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta

En diferentes empresas la información que refleja una propuesta para realizar el Código de Conducta se desglosa en una pre-inversión, de tal manera se puede mitigar el riesgo cuando se tomen decisiones al seleccionar que iniciativas empresariales tendrán un impacto positivo al ejecutarse.

El código de conducta requiere de recursos financieros temporales y mínimos de cierto modo, los cuales deben ser administrados y supervisados por la Junta Directiva con responsabilidad, ya que se debe valorar la capacidad de inversión, teniendo en cuenta los valores éticos, morales, la protección del medio ambiente, podríamos decir que las ordenes de ejecución deberían ser planificadas previamente por la Junta Directiva y aprobadas por la asamblea general, ya que al momento de realizar la gestión se debe mostrar confianza y seguridad para que todas las operaciones que se realicen en el código de conducta, deberán ser documentadas por el presidente de la Asociación, también hacer un seguimiento para evaluar el grado de cumplimiento del código de conducta y verificar que las actividades realizadas sean claras y transparentes de las inversiones financieras.

En las tablas número 2 y 3 se evidencian todos los recursos que se utilizarán para planeación, ejecución y puesta en marcha del plan de Responsabilidad Social Empresarial de ASOPROMACOL.

Tabla 2**Presupuesto de recursos humanos**

Nº	Actividad/ Recursos	Descripción	Cantidad	Costo unit.	Total
1	Administrador	Personal administrativo	1	2.000.000	2.000.000
2	Operarios	Grupo de personas que trabajan la materia prima para lograr las metas	7	800.000	5.600.000
3	Secretaria	Consolida la información en documentos que integran todos los movimientos en la empresa	1	1.000.000	1.000.000
4	Consulta a externos	Honorarios de consultoría	1	2.800.000	2.800.000
Total					11.400.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3**Presupuesto de Recursos Materiales**

Nº	Actividad/ Recursos	Descripción	Cantidad	Costo unit.	Total
1	Papelería	Papelería utilizada para la elaboración del código de conducta	1	240.000	240.000
2	Equipos de oficina	Equipos y herramientas que nos permite almacenar y procesar información	1	4.100.000	4.100.000
3	Material para la elaboración y divulgación del código de conducta	Diseño e implementación de material publicitario	1	1.200.000	1.200.000
Total					5.540.000

Fuente: elaboración propia

3.5. Glosario

Accionista: Las asociaciones de accionistas agrupan a los accionistas minoritarios de sociedades cotizadas con el fin defender sus intereses y facilitar sus relaciones con los administradores. Acumulan el poder disperso de los accionistas minoritarios constituyendo un nuevo sujeto del mercado. (Zunzunegui,F.2006)

Apronte: Acción de recolectar la caña cortada, transportarla desde el sitio del cultivo hasta el trapiche y almacenarla. (Osorio,G.2007)

Aglutinantes: Sustancia que, por efecto del calor, reúne los sólidos coloidales y colorantes de los jugos de la caña, y que se tienen como impurezas en la elaboración de la panela. (Osorio,G.2007)

Asociación: Las asociaciones o corporaciones son entes jurídicos sin ánimo de lucro que surgen de un acuerdo de voluntades entre dos (2) o más personas vinculadas mediante aportes en dinero, especie o actividad, para trabajar conjuntamente en beneficio social, gremial o de utilidad común. (Orgsolidarias)

Bagazo: Residuo que resulta después de la extracción del jugo de caña. (Osorio,G.2007)

BPA: Buenas Prácticas Agrícolas; conjunto de prácticas que buscan garantizar la inocuidad de los productos agrícolas, la protección del ambiente, la seguridad y el bienestar de los trabajadores y la sanidad agropecuaria. (Osorio,G.2007)

BPM: Buenas Prácticas de Manufactura; principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano. (Osorio,G.2007)

Cachaza: Residuo resultante durante la clarificación del jugo de caña, que se separa por decantación en dos clarificadores. (Osorio,G.2007)

Cogollo: Es la parte superior del tallo, con dos o tres entrenudos, con yemas vegetativas y las hojas o palmas, se constituye en la parte más tierna de toda la planta. Muy utilizado en la alimentación animal. (Osorio,G.2007)

Fraude: Cualquier acto u omisión intencionada, diseñada para engañar a los demás; llevado a cabo por una o más personas con el fin de apropiarse, aprovecharse o, hacerse de un bien ajeno, sea material o intangible, de forma indebida, en perjuicio de otra y generalmente por la falta de conocimiento o malicia del afectado. (Concesión la Pintada)

Gavera: Conjunto de moldes, comúnmente de madera, utilizados para dar forma a la panela. (Osorio,G.2007)

Glúcidos: Son compuestos (azúcares) de una gran importancia para los seres vivos, pues constituyen una fuente energética de primer orden. (Osorio,G.2007)

Hornilla: Horno elaborado en ladrillo y barro empleado para la cocción y concentración de los jugos de la caña. (Osorio,G.2007)

Pacto Global de Naciones Unidas: Es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. (Red Pacto Global Costa Rica)

Paila: Recipiente donde se evapora el agua de los jugos de la caña; las pailas pueden ser semiesféricas, planas, aleteada, piro tubular. Panela: Alimento para consumo humano. Producto sólido que se obtiene a través de la evaporación y concentración de los jugos de la caña de azúcar. (Osorio,G.2007)

Seruda: O melcochuda, se dice de la panela que no tiene buen grano, es difícil de partir y se usa mucho para consumir con la mazamorra (alimento a base de maíz, líquido con grano, propio de la dieta antioqueña). (Osorio,G.2007)

4. Stakeholders

Los stakeholders son todas aquellas personas que intervienen o se ven afectadas de alguna manera por el desarrollo a las actividades de una empresa y el entorno donde se desarrolle la misma, tanto los trabajadores, como proveedores, instituciones públicas y privadas, las misma comunidad, en este apartado encontraremos los actores identificados para la asociación de productores de panela del macizo colombiano.

4.1. Breve descripción de los Stakeholders

Los stakeholders son todas aquellas personas, grupos y entidades que tienen intereses de cualquier tipo en una empresa y se ven afectados por sus actividades. Son interesados, directos o indirectos, en que la empresa funcione ya que en caso contrario les afectaría directamente.

Para conocer los stakeholders se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Identificar los principales grupos de interés.
- Ubicarlos en relación con la organización.
- Categorizar los actores.
- Analizar la información.

4.2. Mapa genérico de Stakeholders de cada uno de los participantes

A continuación en las ilustraciones 1 a 5 se encontraran los mapas genéricos de los stakeholders de cada uno de los integrantes del grupo donde se identifican los diferentes actores que intervienen en ASOPROMACOL tanto a nivel interno como externo.

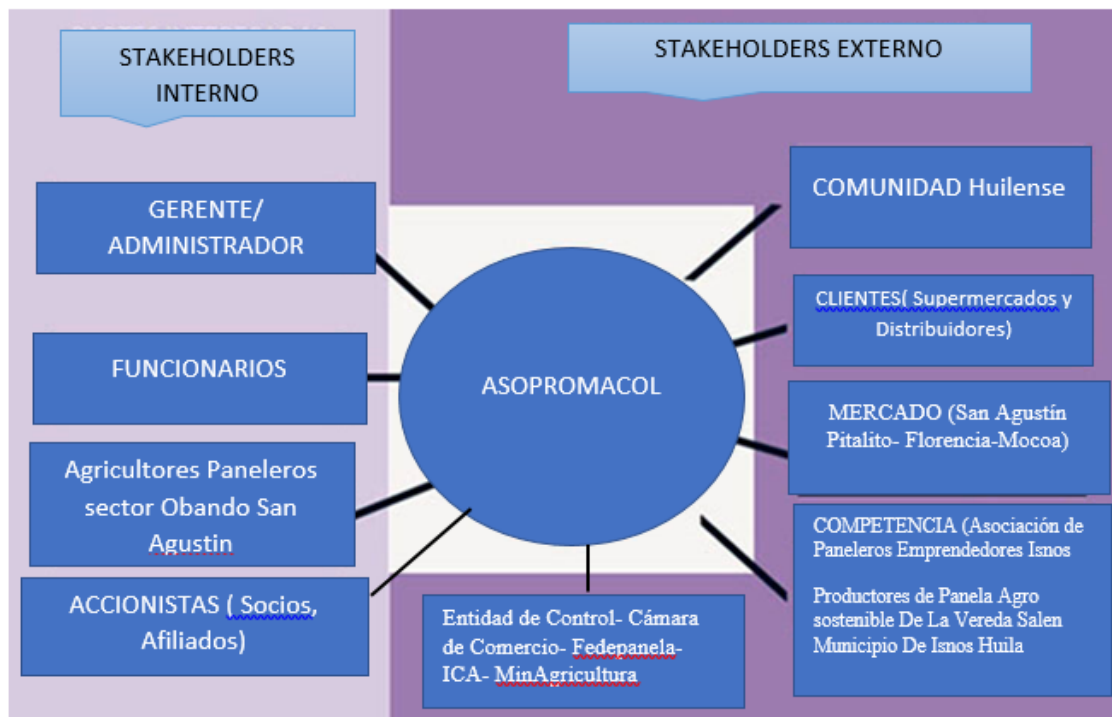


Ilustración 1 Mapa genérico de Stakeholders

Fuente: Estudiante Nury Quinayas

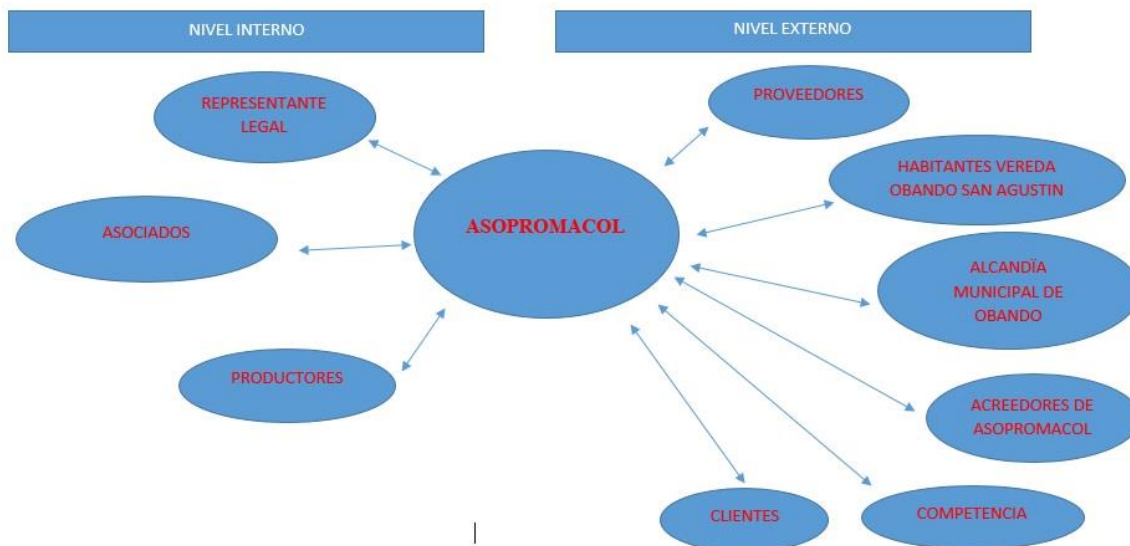


Ilustración 2 Mapa genérico de Stakeholders

Fuente: Estudiante Leonardo Enmanuel Baena

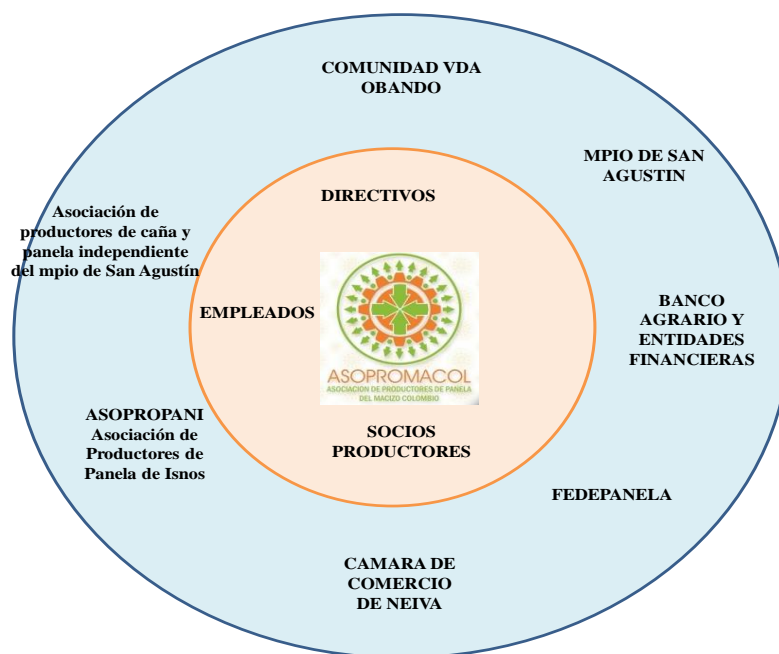


Ilustración 3 Mapa genérico de Stakeholders

Fuente: Estudiante Carolina Valderrama Beltrán

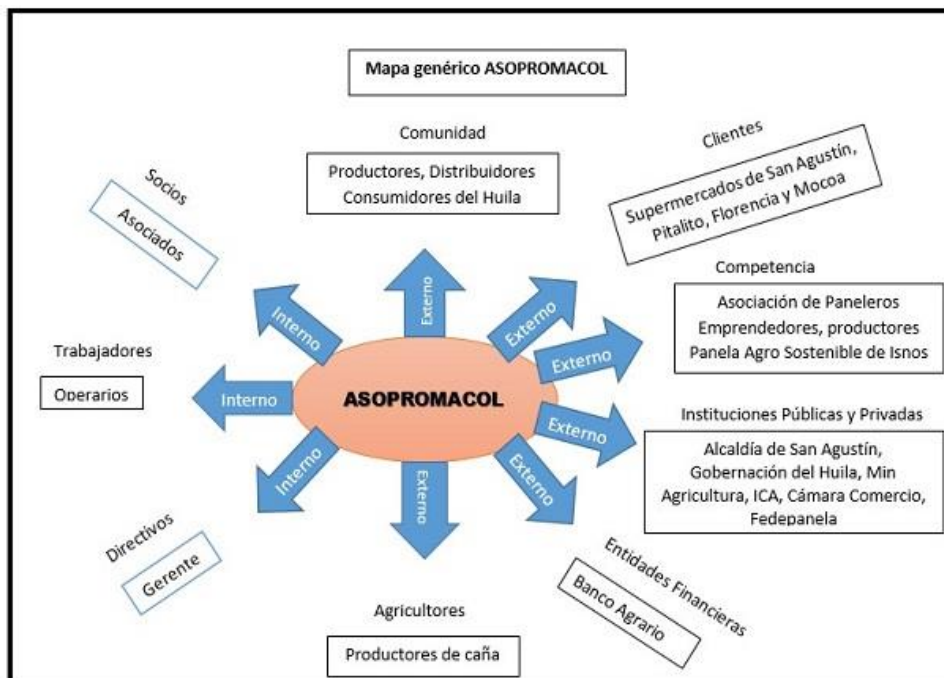


Ilustración 4 Mapa genérico de Stakeholders

Fuente: Estudiante Omar Luis López

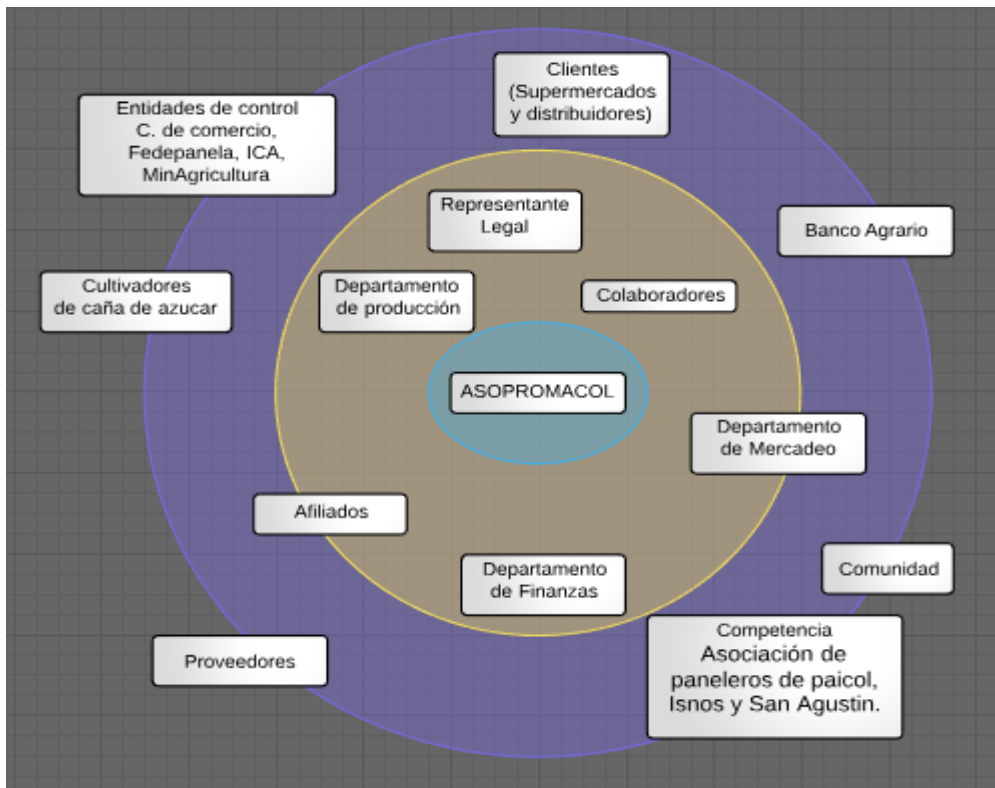


Ilustración 5 Mapa genérico de Stakeholders

Fuente: Estudiante Enoc Ballena

4.3. Mapa genérico seleccionado con la respectiva explicación ampliada

Luego de socializar los mapas genéricos realizados por los compañeros seleccionamos el mapa del estudiante Omar Luis que es la ilustración 6 mapa genérico seleccionado, considerando que es el más completo y reúne los requisitos solicitados.

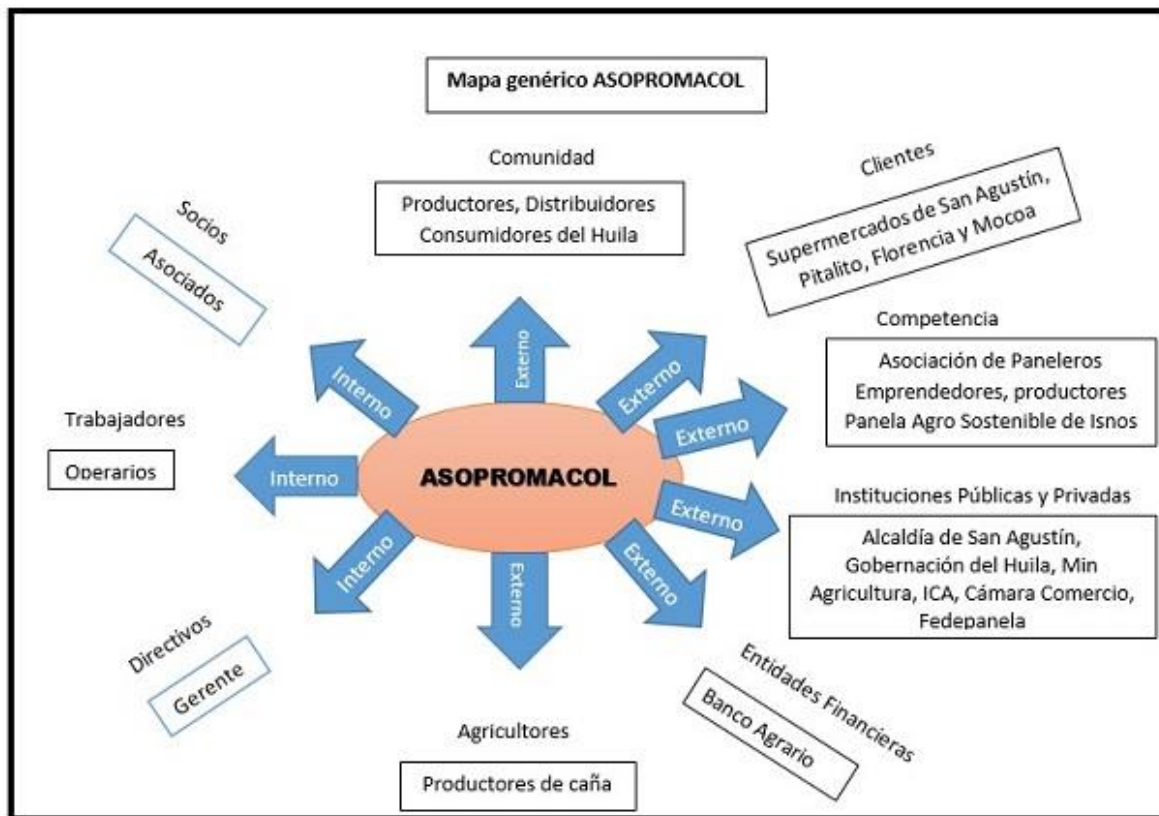


Ilustración 6 Mapa genérico de Stakeholders seleccionado

Fuente: Estudiante Omar Luis López

Nivel interno: Este nivel está constituido por:

- Asociados: Porque los socios que conforman esta Organización pertenecen a una entidad sin ánimo de lucro.
- Operarios: La empresa Asopromacol cuenta con 7 trabajadores encargados de transformar la materia prima de la caña para convertirla en panela.
- Directivos: El cuerpo directivo está conformado por un Administrador, una secretaria y la Junta Directiva de Asopromacol quienes son los que toman las decisiones.

Nivel externo: Este nivel está constituido por:

Comunidad: Se debe destacar que, además del entorno social en el que se desenvuelve la empresa, también mantiene relaciones con los productores, distribuidores y consumidores de todo el departamento del Huila

- **Clientes:** Son las personas u Organizaciones a la que la empresa brinda servicios. Los principales clientes son los supermercados de San Agustín, Pitalito, Florencia y Mocoa.
- **Instituciones públicas y privadas:** Para cumplir con el objeto social de la Asociación, Asopromacol mantiene relaciones con las entidades públicas como la Alcaldía, Gobernación, Ministerio de Agricultura, ICA, Cámara de Comercio y articularse a Fedepanela para lograr posicionarse en el mercado Nacional.
- **Competencia:** El sector panelero del Departamento del Huila es bastante grande, por lo tanto, la competencia en la producción de panela son dos asociaciones del Municipio de Isnos que por el momento no afecta en gran proporción el desarrollo empresarial de Asopromacol.
- **Entidades financieras:** Es fundamental el apoyo financiero para nuestros productores y asociados que nos brinda el Banco Agrario de Colombia, lo cual nos sirve para ampliar y mejorar las producciones de caña panelera.

Agricultores: Son la base del sostenimiento de la Empresa Asopromacol, ya que son los que nos brindan la materia prima para transformarla en panela.

4.4. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre la asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL y los Stakeholders (actores) identificados.

Mediante la matriz de relaciones influencia vs impacto entre ASOPROMACOL y los Stakeholders identificados de la tabla 4 se evalúa el nivel de importancia y la constancia que debemos tener con cada actor y la influencia que este ejerce en la asociación, para de esta manera dedicarle más tiempo y dedicación.

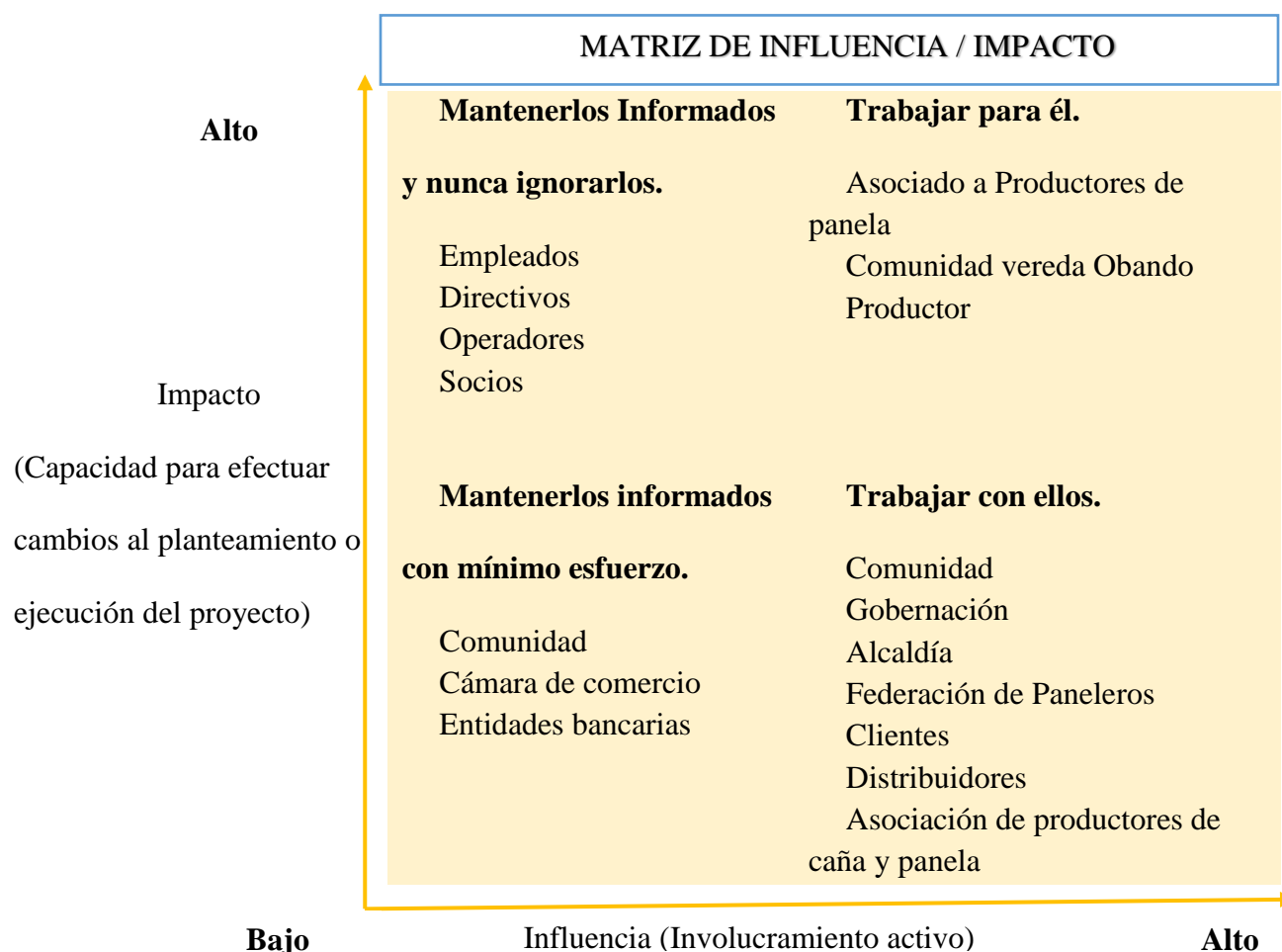


Ilustración 7 Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto)

Fuente: Elaboración propia

5. Plan de responsabilidad social de ASOPROMACOL

El plan de responsabilidad social para la asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL está basada en la identificación de los stakeholders que intervienen de alguna manera con la empresa y pueden verse afectados con las actividades que esta realice.

5.1. Plan de responsabilidad social empresarial Asopromacol

En la tabla 4 encontraremos el plan de responsabilidad social empresarial para la asociación de productores de panela del macizo colombiano ASOPROMACOL, donde se clasifican los Stakeholders en tres dimensiones, económica, social y ambiental, con un objetivo una estrategia, el plazo para desarrollar la estrategia los recursos necesarios para cumplir con el objetivo, los indicadores para medir la efectividad del cumplimiento y un plan de seguimiento.

Tabla 4

Plan de responsabilidad social empresarial Asopromacol

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ASOPROMACOL							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Recursos	Indicador	Seguimiento
Económica	Socios	Concientizar en cuanto a su responsabilidad como dueños.	Capacitaciones, revisión de normas legales, revisión de situación real de Asopromacol.	6 Meses	Salas de conferencia, conferencistas, meriendas y papelería.	Personal capacitado de las empresas socios 20/ conferencia s 3.	Trimestral, a través de pruebas en área.
		Modernizar la planta física de la empresa para impulsar la competitividad y productividad	Verificar vida útil de cada elemento que la conforman	6 meses	Planillas de evaluación	Tiempo de servicio/ vida útil*100	Mensual
		Mantener una comunicación permanente como socios de la empresa y sus stakeholders	Contar con un medio de comunicación para informar sobre los movimientos de la empresa	6 meses	Dispositivos de comunicación con conexión a internet	# de socios con dispositivos /total de asociados *100	Reuniones bimensuales para estar informados
	Directivos		Capacitaciones	7			Trimestral, a

		Capacitar en cuanto a las responsabilidades tanto interna como externa de la empresa.	s en cuanto a responsabilidad empresarial, conversatorios con el personal de la empresa.	Meses	Sala de conferencia, conferencista, certificados y papelería.	Directivos capacitados 7/conferencias 3.	través de pruebas en área.
		Realizar proyección de ventas para mirar el incremento o disminución en comparación al mes anterior.	Hacer un diagnóstico económico-financiero	12 meses	Instalaciones de la empresa. Herramientas ofimáticas	Ventas reales /ventas proyectadas *100	Mensual
	Entidades financieras	Visitas a las distintas entidades financieras del sector.		4 Meses	Viáticos y papelería.	Visitar a 4 entidades.	Bimestral, a través de intención de compromisos.
		Iniciar conversaciones de la posibilidad de apoyo tanto económico como educación financiera. Buscar apoyo y respaldo de entidades de financiación y fedepanela mejorar el mercado	Implementación de hornilla moderna para mejorar la producción y calidad que estén acorde con lo legalmente constituido	12 Meses	Banco Agrario, Fedépanela, alcaldía, Utrahuilca	Número de entidades en el municipio 4 /No de entidades involucradas 4	Bimestral, a través de intención de compromisos
		Solicitar educación financiera y beneficios de tasas especiales para los productores de caña panelera para los cultivos e infraestructura	Mantener contacto permanente con las que se tienen productos para solicitar educación financiera para socios y empleados y estar al tanto de los incentivos de finagro.	3 a 6 meses	Sala de conferencia, papelería, conferencista	(Personal capacitado / total personal de la empresa) x 100	Hacer seguimiento trimestral de evaluación al personal capacitado.
		Subsidiar los créditos a los agricultores asociados	Realizar incentivos a los clientes asociados	12 meses	Económicos, papelería	# de socios con créditos/total de asociados *100	Cada 6 meses hacer reuniones con la asociación
Social	Trabajadores	Iniciar una campaña donde se evalúe su estado de	Reuniones con el personal de la empresa con el propósito	7 Meses	Salas de conferencia, especialista en el tema y papelería.	Empleados beneficiados incluyendo algunos de	Bimestral, a través de identificación de falencias específicas.

	bienestar.	de conocer de ellos mismos su situación dentro y fuera de la empresa.			las empresas afiliadas 50/ en unas 3 conferencias.	
	Certificar la idoneidad de los empleados para acreditar sus conocimientos	Capacitar al personal de acuerdo a su área de desempeño	3 Meses	Sala de capacitación	Empleados inscritos/ total de empleados* 100	Semanal
Cientes	Iniciar un programa de incentivos.	Crear una lista de clientes donde se privilegie con información sobre bondades del producto, promociones y ofertas.	12 Mese	Publicidad impresa y radial, personal capacitado.	Se aspira a cubrir el 80% de los consumidores finales y el 100% de los supermercados.	Trimestral, a través de número de clientes en las listas.
Competencia	Promover encuentros donde se discuta la política de libre competencia.	Reuniones donde se discuta la política de libre competencia, Resolución 0779 de 2006, Ley 40 de 1990 Fomento Panelero.	6 Meses	Sitio de encuentro, invitados de la súper sociedades, papelería y refrigerios/ se espera tener unas 2 reuniones.	El número de empresas de la competencia a serán 6.	Trimestral, a través de análisis de conclusiones y compromisos.
Instituciones públicas y privadas	Promover escenarios donde se evalúe opciones de apoyo al sector panelero.	Visitas a las diferentes instituciones públicas y privadas, para tratar las diferentes opciones de apoyo.	8 Meses	Viáticos y publicidad impresa/ se procurara tener unas 2 reuniones.	Las entidades a visitar 15.	Trimestral, a través de conclusiones y firma y cumplimiento de compromisos.
	Promover políticas de inversión con relación al desarrollo agropecuario	Incidir en el Plan de Desarrollo Municipal para que se cumpla los objetivos de la empresa Asopromacol	2 años	Área administrativa, tecnológicos, papelería, sala de reuniones y comunicación directa.	# de personal haciendo gestión / total de asociados * 100	Reuniones, actas, informes de gestión
Empleados del departamento	Capacitar al personal en las labores y utilización de equipos	Mejorar la Capacidad de producción, con técnicas	6	# de capacitación al mes 4, Instalacione	#de empleados 40/# Empleados Capacitados 35	Mensual Con actas de

	de producción	avanzadas, y mejora de procesos por parte del personal operativo	meses	s empleados directivos	capacitación y planillas de asistencia
	atención al cliente y seguridad ocupacional para ser más productivos y competitivos	Incentivar el trabajo en equipo que mejore el clímax laboral dentro de la empresa	6 meses	Recursos humanos, sala de capacitación es, recursos tecnológicos	# de empleados capacitados / empleados de la empresa * 100
	Participar en las actividades que se realicen en la comunidad	Mantener contacto directo con los líderes de la comunidad para participar en las actividades de recreación y colaboración que se realicen	Mensual	Lo que se requiera de acuerdo a la actividad.	(Actividad realizada/N o. de participante s) x 100
	Promocionar que la panela producida por Asopromacol, tiene un enfoque agroecológico y cuidado del medio ambiente	Crear un portafolio de servicio donde se demuestre la producción limpia de la mano con el medio ambiente.	12 meses	Personal profesional en Marketing Publicidad, equipos tecnológicos , Sala de reunión	# de personas de la publicidad / público objetivo concretado * 100
	Promover talleres sobre responsabilidad ambiental en las siembras de la caña de azúcar.	Realizar talleres donde se muestren las bondades para el medio ambiente cuando se cultiva con responsabilidad ambiental.	12 Meses	Sala de conferencia, conferencista, certificados y papelería/ conferencias 4.	El número de agricultores educados 100.
	Capacitación sobre el manejo de los recursos naturales y aprovechamiento del suelo	Realizar prácticas de métodos donde se demuestre la vocación del suelo con respecto a la producción	1 año	Espacios para capacitación , papelería, equipos y herramientas	# de asociados capacitados / No de agricultores * 100
	Iniciar procesos de acercamiento donde se comparta	Realizar campañas de siembra de árboles, limpieza de	5 Meses	Compra de árboles, material didáctico y	La zonas intervenidas 2.
					Reuniones, actas, informes de gestión
					Informe trimestral de actividades y participación.
					Informes de gestión para verificar el número de clientas y el total de ventas
Ambiental	Agricultores				Trimestral, a través de implementación de las nuevas técnicas y evaluaciones en el área.
					Talleres de capacitación cada 2 meses, informe de resultados
					Trimestral, A través de la evaluación de los resultados en área.

	actividades que unan lazos.	caudales de agua y actividades lúdicas.		establecer zonas de intervención .		
Comunidad	Crear conciencia de la importancia empresarial e individual con el medio ambiente	Capacitar sobres el cuidado de la naturaleza fomentando la no quema de llanta y no más tala de bosques crear nueva hornilla ecológica	12 meses	Profesionales Apoyo de alcaldía Instalaciones	Número de personal citado 300 personas /Número de asistentes 250	Trimestral, a través de conclusiones y firma y cumplimiento de compromisos.
	se lleven a cabo prácticas de responsabilidad social	Asopromacol contribuye al desarrollo socio económico de la región	6 meses	Área de recursos humanos, papelería, sala de reuniones y comunicación directa con la comunidad	# de asociados / #personas sensibilizadas * 100	Campañas pedagógicas cada 3 meses, Informes de gestión
Productores	Identificar la buenas prácticas de responsabilidad ambiental y de desechos para garantizar que hay condiciones sanitarias adecuadas	Revisar si se está utilizando adecuadamente la practicas en la áreas de cultivo	12 meses	Planillas de verificación Instalaciones de la empresa	Planillas diligencias/ número de productos* 100	Mensual

Fuente: Elaboración propia

5.2. Plan de comunicaciones a los interesados (stakeholders)

En el plan de comunicaciones a los interesados la encontraremos en la tabla 5 identificando tres dimensiones económica, social y ambiental, los Stakeholders que intervienen en cada dimensión, la frecuencia con la que se mantendrán informados de acuerdo a la importancia que lo amerite y el medio que se utilizará para lograr que la comunicación sea efectiva.

Tabla 5

Plan de comunicaciones a los interesados

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Socios	Mensual	Email, telefónica.
	Directivos	Diario	Whatsapp, correo.
	Entidades financieras	Bimestral	Personal.
Social	Trabajadores	Semanal	Personal, correo.
	Clientes	Mensual	Correo.
	Competencia	Bimensual	Correo.
	Instituciones públicas y privadas	Bimensual	Personal, Correo.
	Empleados del departamento de producción	Mensual	Personal
Ambiental	Agricultores	Mensual	Personal, Whatsapp.
	Comunidad	Bimestral	Prensa, radio, volantes.
	Productores	Quincenal	Correo.

Fuente: elaboración propia

5.3. Modelo de informe de gestión recomendado

El informe que se escogió grupalmente para Asopromacol y el cual es el que más se ajusta a el PRS de acuerdo con estamentos mundiales para esta empresa fue:

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través del informe de progreso que las empresas firmantes del pacto están obligadas a presentar para demostrar su avance en el cumplimiento de los principios suscritos.

“El Pacto Mundial de Naciones Unidas es una llamada a la acción para que las empresas:

- Operen de manera responsable integrando nuestros Diez Principios en sus estrategias y operaciones.
- Tomen medidas innovadoras para lograr concretar las iniciativas de las Naciones Unidas, tales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París.
- Inspiren a los demás a unirse al movimiento. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas apoya a las empresas con:
 - Una plataforma normativa única, basada en principios, respaldada por Declaraciones y Convenciones emblemáticas de las Naciones Unidas, para que las empresas comuniquen sus progresos y compromisos.

- Fácil acceso a experiencias, herramientas y recursos de prestigio mundial.
- Alcance mundial y conexiones con múltiples actores, lo cual permite a las empresas ayudar a crear su la agenda de sostenibilidad y a ser una fuerza transformadora para el logro de los objetivos”.

Este informe consta de 10 principios que se consideran un pacto mundial. Este trata los asuntos mundiales de los derechos humanos, trabajo, ambiente, corrupción y está fundamentado en las declaraciones de derecho humano, principios y derechos fundamentales en el trabajo, de Rio sobre medio ambiente y el desarrollo y además la convención de las naciones unidas contra la corrupción.

Lo que principalmente propende este pacto mundial es que las empresas a nivel mundial adopten los valores que corresponde a los diez principios establecidos en este pacto.

ASOPROMACOL es una empresa panelera del departamento del Huila la cual sufre como todas las empresas colombianas con los problemas coyunturales de nuestro país como es la corrupción, la violación de los derechos humanos contra los líderes sociales y de sindicatos y no menor el problema de las constantes violaciones al medio ambiente.

ASOPROMACOL debe ser una empresa pujante y respetuosa no solo en su parte interna, si no en su entorno en relación a estos diez principios que me parece que brinda una estabilidad a la empresa y también a la nación en general.

Con la realización de este modelo de RSE en el cual se busca como desarrollo sostenible “satisfacer las necesidades de una comunidad en general sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”

El impacto Mundial se trabaja con tecnología avanzada donde el principal objetivo es cuidado del medio ambiente, innovaciones en materia de tecnología, gestión y políticas públicas brindar a los agricultores nuevas oportunidades de elegir nuevas alternativas sobre el modo en el que se realiza este producto y mejorar la economía de este gremio.

El cual está regido en los siguientes puntos

- Asopromacol Apoyara los principios de libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva
- Mantendrá un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente
- Fomentara las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

- Favorecerá el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

De acuerdo al tipo de empresa que es ASOPROMACOL este sería el informe que más se ajusta porque tiene un amplio campo de acción pues se evalúa el cumplimiento de los derechos humanos que no se vean vulnerados de ninguna manera al igual que los derechos fundamentales del trabajo aspectos muy indispensables para que una empresa sea equitativa y justa; contar con la verificación del cuidado del medio ambiente haciendo parte del pacto mundial va a contar con el apoyo la socialización de nuevas experiencias acerca de este tema tan importante en estos tiempos que es el cuidado del medio ambiente, con capacitación acerca de temas de prevención y mitigación de contaminación, además de contar con herramientas para combatir la corrupción situación que no permite el progreso de muchas empresas en nuestro país.

6. Conclusiones

La responsabilidad social empresarial genera una mejor relación a largo plazo en las actuales y nuevas empresas, el desarrollar ampliamente el sentido de pertenencia de los trabajadores, lo cual permite que aumente el rendimiento en el trabajo y en la producción, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos del proceso de selección disminuyan con un beneficio en la calidad y con ella la satisfacción de clientes.

Además, el mejoramiento del nombre y posicionamiento de la empresa contribuye a mantener los clientes y el acceso a nuevos mercados, se incrementa el apoyo de las partes interesadas, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad. El aprovechamiento de los recursos, permitiéndose el ahorro de grandes sumas de dinero, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de las empresas.

7. Referencias Bibliográficas

Asociación de Productores de Panela del Macizo Colombiano ASOPROMACOL. Tomado de: <http://www.asopromacol.org/Portafolio-de-Servicios/>

CERES. Manual para elaborar código de ética empresarial. [En línea], s.f, [citado 15 de septiembre de 2018]. Disponible en internet
[https://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual para Elaborar Codigos de Etica Empresarial.pdf](https://www.telefonica.com.ec/proveedores/pdf/Manual_para_Elaborar_Codigos_de_Etica_Empresarial.pdf)

Código ético. Deloitte. Obtenido de:
https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/acerca-de-deloitte/Deloitte-ES-Codigo_Etico.pdf

Código de ética. Grupo herdez 2016. Obtenido de:
<http://grupoherdez.com.mx/file/2015/09/C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-2017.pdf>

Código de ética. Xignux 2012. Obtenido de: <http://www.xignux.com/Site/ES/codigo-de-etica/>

Consejo de Administración, Consejo Administrativo, Código de conducta empresarial de Nestlé. [En línea], (2007), [citado 15 septiembre 2018]. Disponible en internet
<https://empresa.nestle.es/es/libreria-documentos/documents/publicaciones/codigo-conducta-empresarial-nestle.pdf>

Corporación Fenalco Solidario Colombia con el apoyo de Pavimentos Colombia S.A.S, Manual de introducción a la Responsabilidad Social. [En línea], s.f, [citado 20 de septiembre de 2018]. Disponible en internet
https://www.fenalcosolidario.com/sites/default/files/manual_responsabilidad_social/manual-de-responsabilidad-social.pdf

El economista, s.f, página 1. Recuperado de:
<http://empresite.eleconomistaamerica.co/Sector/C1001072/departamento/HUILA/>

EL MAPEO DE STAKEHOLDERS EN PROYECTOS PRIVADOS DE
DESARROLLO. Genoveva Espinoza Santeli UASB.2016. tomado de:
<http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/MA%20Genoveva%20Espinoza.pdf> (Santeli, 2016)

Faltas y sanciones disciplinarias a los trabajadores. Emprende pyme.net. Obtenido de:
<https://www.emprendepyme.net/faltas-y-sanciones-disciplinarias-a-los-trabajadores.html>

Grupo Argos S.A, Código de conducta. [En línea], s.f, [citado 15 de septiembre 2018].
Disponible en internet <https://www.grupoargos.com/Portals/0/Documentos/codigo-conducta-grupo-argos.pdf>

La comunicación estratégica. Daniel Feged. Enero 2014.obtenido de:
<http://www.portafolio.co/opinion/daniel-feged/comunicacion-estrategica-54094>

La importancia de la comunicación estratégica en las organizaciones. Redacción
vallempresa365. Obtenido de: <http://www.vallempresa365.com/articulos/management/la-importancia-de-la-comunicacion-estrategica-en-las-organizaciones>

Manual técnico. Guillermo Osorio Cadavid 2007.CTP Print Ltda. Obtenido de:
<http://www.fao.org.co/manualpanela.pdf>

Organizaciones solidarias. Obtenido de: <http://www.orgsolidarias.gov.co/educaci%C3%B3n-solidaria/nuestras-organizaciones/solidarias-de-desarrollo/asociaci%C3%B3n-y-corporaciones>

Pacto mundial. Tomado 27 noviembre 2018 de: https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/02/Flyer-New-Strategy-GC-2018_20180126.pdf

Política para la gestión de los riesgos de fraude y corrupción. Concesión la Pintada SAS.
Obtenido de: <http://www.concesionlapintada.com/wp-content/uploads/2018/09/POLITICA-ANTIFRAUDE-Y-CORRUPCION.pdf>

Red española del pacto mundial (en línea), s.f.(2 de febrero de 2015). Disponible en internet: <https://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>

Regulación Financiera. Fernando Zunzunegui. Revista de Derecho del Mercado Financiero 2006. Obtenido de: <http://www.rdmf.es/2006/07/que-son-las-asociaciones-de-accionistas/>

Anexos

Enlace del vídeo que fue subido a Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=wFFwPX67Iw8&t=83s>




Elaboración del plan de responsabilidad social empresarial para ASOPROMACOL

Autor: Carolina Valderrama, Omar Luis López Ortiz, Leonardo Baena, Enoc Ballena, Nury Quinayas

Planteamiento del problema

ASOPROMACOL es una asociación de productores de panela del macizo colombiano ubicada en la vereda de Obando del municipio de San Agustín en el departamento del Huila, y no cuenta con un plan de responsabilidad social empresarial y presenta algunas falencias en el programa de bienestar de los empleados y el manejo de los temas medioambientales.

Justificación

La responsabilidad social es un tema muy importante para cualquier empresa por que abarca temas de gran importancia como el bienestar de los trabajadores, la protección del medio ambiente, que la empresa reconozca el rol que desempeña en la comunidad donde se desarrollan sus actividades y como con ellas afecta a la misma, busca retribuir de alguna manera la afectación que ella genere en la misma.



Palabras claves

Medio ambiente, panela, caña de azúcar, bienestar social, socios, comunidad, contaminación.

Objetivos

- Identificar la afectación al medio ambiente donde se encuentra la planta de producción.
- Revisar un plan de incentivos para los trabajadores que se ajuste a la capacidad de la empresa.
- Crear un plan de responsabilidad social para ASOPROMACOL de acuerdo a las necesidades identificadas.

Metodología

Para identificar las falencias y la afectación de la zona donde se desarrolla la empresa se utiliza un tipo de investigación descriptiva, recolectando datos de los empleados y los vecinos de la empresa por medio de encuestas.



Literatura citada

Asociación de Productores de Panela del Macizo Colombiano ASOPROMACOL. Tomado de:
<http://www.asopromacol.org/Portafolio-de-Servicios/>
 Pacto mundial. Tomado 27 noviembre 2018 de:
https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/02/Flyer-New-Strategy-GC-2018_20180126.pdf

Resultados esperados

Crear un plan de responsabilidad social empresarial donde se dé importancia al talento humano, creando una contratación con los requisitos de ley un plan de salud ocupacional y bienestar social, y un mecanismo de producción amigable con el medio ambiente minimizando la contaminación.